

## ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PANDANGAN FILSAFAT ILMU (*Telaah Atas Pemikiran Etika Immanuel Kant*)

Fauzan

**Abstrak:** Mempertahankan produktivitas dalam rangka meraih keuntungan yang besar, tidak boleh merugikan pihak lain. Dengan tetap mengakui peranan sentral dari sudut pandang ekonomis dalam bisnis, perlu diperhatikan pula adanya sudut pandang lain yang tidak boleh diabaikan, yaitu sudut pandang moral. Metode penelitian adalah kualitatif eksploratif pustaka. Jenis data yang digunakan untuk menyusun tulisan ini berasal dari data sekunder (*secondary data*) yang diperoleh melalui penelusuran berbagai kepustakaan yang relevan. Selanjutnya data tersebut disajikan dalam bentuk deskriptif. Banyak kasus-kasus yang terjadi, karena terobsesi dengan mengejar keuntungan yang besar inilah, kerusakan lingkungan terjadi dimana-mana. Jadi, ada batasnya juga dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Tidak semua yang bisa dilakukan dalam aktivitas ekonomis untuk mengejar tujuan (mencari *keuntungan*) boleh dilakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain, pun begitu juga dengan begitu kita dirugikan. Artinya, menghormati kepentingan dan hak orang lain harus dilakukan juga demi kepentingan bisnis itu sendiri. Sehingga dalam setiap aktifitas selalu ada kendala etis bagi perilaku kita, termasuk juga perilaku ekonomis. Jadi, bisnis yang baik (*good business*) bukan saja bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang baik adalah juga bisnis yang baik *secara moral*.

**Kata kunci:** *Etika Bisnis, Islam, Filsafat*

### PENDAHULUAN

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis. Antara lain adalah faktor organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural. Kompleksitas bisnis itu berkaitan langsung dengan kompleksitas masyarakat modern saat ini. Sebagai kegiatan sosial, bisnis dengan banyak cara terjalin dengan kompleksitas masyarakat modern itu. Bisnis sebagai kegiatan social bisa disoroti sekurang-kurangnya dari tiga sudut pandang yang berbeda tetapi tidak selalu mungkin dipisahkan, yaitu: Sudut Pandang Ekonomi, Sudut Pandang Hukum, dan Sudut Pandang Etika (Bertens, 2000 : 13).

Bisnis dari *sudut pandang ekonomi*, adalah kegiatan ekonomis, yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan

maksud memperoleh untung. Dalam bisnis modern keuntungan itu diekspresikan dalam bentuk uang, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis. Yang penting ialah, kegiatan antar manusia ini bertujuan mencari untung dan karena itulah terjadi kegiatan ekonomis. Tetapi perlu digarisbawahi bahwa pencarian keuntungan dalam bisnis tidak dilakukan secara sepihak, tetapi diadakan dalam sebuah interaksi. Bisnis berlangsung sebagai komunikasi social yang menguntungkan untuk kedua belah pihak yang melibatkan diri. Bisnis bukanlah “karya amal”. Bisnis tidak mempunyai sifat membantu orang dengan sepihak, tanpa mengharapkan sesuatu kembali.

Teori ekonomi menjelaskan bagaimana dalam system ekonomi pasar bebas para pengusaha dengan memanfaatkan sumber daya yang langka menghasilkan barang dan jasa yang berguna untuk masyarakat. Para produsen akan berusaha untuk meningkatkan penjualan sedemikian rupa, sehingga hasil bersih akan mengimbangi atau melebihi biaya produksi. Keseimbangan itu penting agar perusahaan tidak merugi. Jika kompetisi pada pasar bebas berfungsi dengan semestinya, akan menyusul efisiensi ekonomis, artinya, hasil maksimal akan dicapai dengan pengeluaran minimal. *Efisiensi* merupakan kata kunci dalam ekonomi modern. Sehingga, dipandang dari sudut ekonomis, *good business* atau bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak untung. Dan untuk menghasilkan untung yang besar itu salah satu usaha dari sebuah perusahaan adalah mempertahankan *produktivitasnya*.

Dari *Sudut Pandang Etika (moralitas)*, dengan tetap mengakui peranan sentral dari sudut pandang ekonomis dalam bisnis, perlu diperhatikan pula adanya sudut pandang lain yang tidak boleh diabaikan, yaitu sudut pandang moral. Artinya, untuk mempertahankan produktivitas dalam rangka meraih keuntungan yang besar, apakah segala cara boleh dilakukan?. Mengejar keuntungan merupakan hal yang wajar, asalkan tidak dicapai dengan merugikan pihak lain. Banyak kasus-kasus yang terjadi, karena terobsesi dengan mengejar keuntungan yang besar inilah, kerusakan lingkungan terjadi dimana-mana. Jadi, ada batasnya juga dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Tidak semua yang bisa dilakukan dalam aktivitas ekonomis untuk mengejar tujuan (mencari *keuntungan*) *boleh* kita lakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain, pun begitu juga dengan begitu kita dirugikan. Artinya, menghormati kepentingan dan hak orang lain harus dilakukan juga demi kepentingan bisnis itu sendiri. Sehingga dalam setiap aktifitas selalu ada kendala etis bagi perilaku kita, termasuk juga perilaku ekonomis. Jadi, bisnis yang baik (*good business*) bukan saja bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang baik adalah juga bisnis yang baik *secara moral*.

Dari, *Sudut Pandang Hukum*, tidak bisa diragukan, bisnis juga terikat dengan hukum. “Hukum Dagang” atau “Hukum Bisnis” merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak timbul masalah dalam hubungannya dengan bisnis, pada taraf nasional maupun internasional. Seperti etika, hukum merupakan sudut pandang normative, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum bahkan lebih jelas dan pasti daripada etika, karena peraturan hukum dituliskan hitam diatas putih dan ada sanksi tertentu, jika terjadi pelanggaran.

Terdapat kaitan erat antara hukum dan etika. Dalam kekaisaran Roma dikenal dengan pepatah : “*Quid leges sine moribus*”, apa artinya undang-undang,

kalau tidak disertai dengan moralitas (Bertens, 2000 : 22). Etika selalu harus menjwai hukum. Baik dalam proses terbentuknya undang-undang maupun dalam pelaksanaan peraturan hukum, etika atau moralitas memegang peranan penting.

Paparan di atas, merefleksikan betapa pentingnya aspek etika atau moralitas dalam berbisnis. Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak, dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting. Tidak mengherankan jika sejak dahulu kala etika menyoroti juga ekonomi dan bisnis.

Islam sebagai sebuah agama juga memiliki aturan-aturan yang jelas mengenai tatacara berbisnis (*muamalah*). Kajian-kajian mengenai konsep etika bisnis islam sudah banyak dilakukan, para cendekiawan dan akademisi melakukan penelitian-penelitian, dan konsep-konsep mengenai etika bisnis islam juga sudah banyak diajarkan di perguruan-perguruan tinggi terkenal di luar negeri, seperti University of Walongong, Australia; Harvard University, McGill universiti, Kanada, dll.

Penulisan penelitian ini untuk membahas Etika Bisnis Islam dalam Pandangan Filsafat Ilmu dengan memakai pisau analisis konsep etika Immanuel Kant.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Immanuel Kant : Perjalanan Hidup dan Karyanya

Immanuel Kant dilahirkan di Konigsberg, Prusia (1724 –1804). Ia bertubuh kecil dan kesehatannya lemah. Hidupnya sangat rutin (makan, berjalan-jalan tiap hari, ceramah, berpikir berjam-jam dan menulis). Ia jarang keluar dari kota kelahirannya, Konigsberg, dan tidak pernah keluar dari propinsi kelahirannya, Prusia Timur, Jerman. Tetapi dalam pemikirannya ia adalah raksasa. Pikiran-pikiran dan tulisan-tulisannya yang sangat penting dan mebawakan revolusi yang jauh jangkauannya dalam filsafat modern. Ia terpengaruh oleh aliran “*pietism*” dari ibunya, tetapi ia hidup dalam zaman “*skepticism*” dan membaca karangan-karangan Voltaire dan Hume. Akibatnya, problemanya menjadi “*what can we know?*” “*what is the nature and what are the limits of human knowledge?*”. Kant menggunakan sebagian besar dari umurnya mempelajari proses “*logical processes of thought*”, “*the external world*” dan “*the reality of things*”.

Pemikiran-pemikiran Kant ini tidak terlepas dari situasi pada saat itu. Pada usia delapan tahun, Kant menjadi murid pada gymnasium. Franz Albert Schult sangat tertarik dengan kecerdasan Kant yang kecil itu, dan membujuk ibunya supaya mengarahkan Kant pada pendidikan akademik dalam ilmu ketuhanan. Di sekolah ini suasana keagamaan yang berjiwa pietisme justru membuat jiwanya bosan dan kehilangan minat atas agama. Pada tahun 1740, Kant meninggalkan gymnasium dan melanjutkan studinya tentang teologi di Universitas Konigsberg. Namun perhatiannya justru tercurah pada filsafat, ilmu pasti dan fisika. Karena orang tuanya tidak mampu membiayai studinya, Kant memperoleh uang studinya dari beasiswa dan hasil memberi pelajaran privat. Setelah selesai pendidikannya di Universitas, Kant selama tujuh tahun menadi guru privat pada keluarga-keluarga

kaya di berbagai kota Prusia Timur. Selama lima belas tahun Kant menjadi dosen privat di fakultas Filsafat Universitas Königsberg, dan pada tahun 1770 ia diangkat menjadi professor.

Banyak karya-karya yang telah ditulis oleh Immanuel Kant, namun dari berbagai karya penting tersebut, yang besar adalah tiga kritik, yaitu : **Critique of Pure Reason**, membicarakan tentang “*reason*” dan “*the knowing process*”, ia menghabiskan waktu 15 tahun untuk menulis buku tersebut, yaitu buku yang juga mengherankan dunia filsafat. **Critique of Practical Reason**, yang menjelaskan mengenai filsafat moralnya, dan **Critique of Judgement**, yang menyempurnakan kedua karangan sebelumnya dan melihat “*nature as purposive*” dalam hukum-hukumnya (Titus, 1984 : 151).

Ajaran etika (kaidah moral) Kant adalah *Imperatif Kategoris*. Kaidah ini memerintah tanpa syarat, *kategoris*. Kaidah ini merupakan asas yang fundamental. (1) Bertindaklah selalu sehingga kamu dapat menjadi dalil atau asas yang menentukan dari tindakanmu untuk menjadi kaidah universal (suatu patokan apriori dan bukan hasil dari pengalaman). (2) Ini adalah tes yang sesungguhnya tentang apa yang benar dan salah. Ini memerintah pertimbangan-pertimbangan moral (Mudhofir, 2001 : 281). Sehingga Kant merumuskan tiga postulat, yaitu :

- a. Kebebasan Berkehendak
- b. Immortalitas Jiwa
- c. Eksistensi Tuhan

### Definisi Filsafat Ilmu

Filsafat merupakan sebuah disiplin ilmu yang terkait dengan perihal kebijaksanaan. Kebijaksanaan merupakan titik ideal dalam kehidupan manusia, karena ia dapat menjadikan manusia untuk bersikap dan bertindak atas dasar pertimbangan kemanusiaan yang tinggi (*actus humanus*) , bukan asal bertindak sebagaimana yang biasa dilakukan manusia (*actus homini*). Kebijaksanaan tidaklah dapat dicapai dengan jalan biasa, ia memerlukan langkah-langkah tertentu, khusus, istimewa. Beberapa langkah menuju ke arah kebijaksanaan itu antara lain :

- a. Membiasakan diri untuk bersikap kritis terhadap kepercayaan dan sikap yang selama ini sangat dijunjung tinggi.
- b. Berusaha untuk memadukan (sintesis) hasil bermacam-macam sains dan pengalaman kemanusiaan, sehingga menjadi pandangan yang konsisten tentang alam semesta beserta isinya.
- c. Mempelajari dan mencermati jalan pemikiran para filsuf dan meletakkannya sebagai pisau analisis untuk memecahkan masalah kehidupan yang berkembang dalam kehidupan yang kongkret, sejauh pemikiran itu memang relevan dengan situasi dan kondisi yang kita hadapi.
- d. Menelusuri butir-butir hikmah yang terkandung dalam ajaran agama, sebab agama merupakan sumber kebijaksanaan hidup manusia, tidak hanya untuk kepentingan duniawi, bahkan juga akhirat (Mustansyir, 2003 : 2).

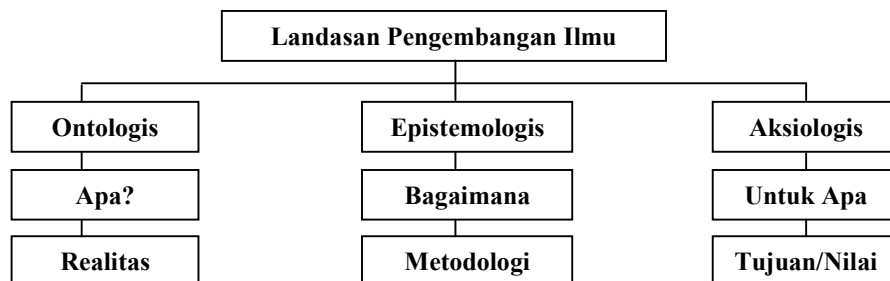
Filsafat secara *etimologis* berasal dari bahasa Inggris *Philosophy*; Yunani, *Philosophia* (cinta akan kebijaksanaan). *Philos* artinya (suka, cinta) atau *philia* artinya (persahabatan, tertarik pada). Dan *sophos* artinya (kebijaksanaan, pengetahuan, ketrampilan, pengalaman praktis, inteligensi). Sedang secara

*terminologis*, filsafat adalah upaya spekulatif untuk menyajikan suatu pandangan sistematis serta lengkap tentang seluruh realitas (Bagus, 2002 : 242). Sedang para filsuf pra-sokratik mendefinisikan filsafat adalah ilmu yang berupaya untuk memahami hakikat alam dan realitas ada dengan mengandalkan akal budi.

Ilmu secara *etimologis* berasal dari bahasa Inggris : *science*; dari bahasa Latin : *scientia* (pengetahuan) – *scire* (mengetahui). Sinonim yang paling akurat dalam bahasa Yunani adalah *episteme* (Bagus, 2002 : 307). Ilmu adalah hasil dari perbuatan mengetahui, setelah tahu mendapat pengetahuan, setelah pengetahuan diolah secara ilmiah, maka disebutlah **Ilmu** atau **Pengetahuan Ilmiah**. Artinya ilmu sudah termasuk pengetahuan, tetapi pengetahuan belum tentu ilmu. Adapun syarat-syarat ilmu adalah : (a) Obyeknya tertentu. (b) Metode tertentu. (c) Sistematis. (d) Kebenaran bersifat obyektif/universal. Immanuel Kant mengaitkan pengetahuan ilmiah (ilmu) dengan keputusan *apriori sintetik*, berdasarkan prinsip-prinsip yang melekat pada kodrat manusia. Keputusan-keputusan demikian berhubungan hanya dengan dunia fenomenal (Bagus, 2002 : 311).

Adapun definisi mengenai filsafat ilmu ada berbagai macam, salah satunya adalah yang dikemukakan oleh Lewis White Beck, Filsafat Ilmu itu mempertanyakan dan menilai metode-metode pemikiran ilmiah, serta mencoba menetapkan nilai dan pentingnya usaha ilmiah sebagai suatu keseluruhan. Sehingga melihat definisi ini, cakupan filsafat ilmu itu terdiri dari : (a) komparasi kritis sejarah perkembangan ilmu. (b) sifat dasar ilmu pengetahuan. (c) metode ilmiah. (d) pra-anggapan-pra-anggapan ilmiah. (e) sikap etis dalam pengembangan ilmu pengetahuan (Mustansyir, 2003 : 49).

Filsafat Ilmu sebagaimana halnya dengan bidang-bidang ilmu yang lain, juga memiliki objek material dan objek formal sendiri. *Objek Material* atau pokok bahasan filsafat ilmu adalah ilmu pengetahuan itu sendiri, yaitu pengetahuan yang telah disusun secara sistematis dengan metode tertentu, sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara umum (Mustansyir, 2003 : 44). Sedang *Obyek Formal* filsafat ilmu adalah hakikat (*esensi*) ilmu pengetahuan, artinya filsafat ilmu lebih menaruh perhatian terhadap problem-problem mendasar ilmu pengetahuan, seperti : apa hakikat ilmu sesungguhnya? Apa fungsi ilmu pengetahuan itu bagi manusia? Problem-problem inilah yang dibicarakan dalam landasan pengembangan ilmu pengetahuan, yakni landasan ontologis, epistemologis, dan aksiologis. Landasan pengembangan ilmu pengetahuan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Landasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan  
(Sumber : Mustansyir, 2003 : 46)

*Landasan Ontologis* pengembangan ilmu artinya titik tolak penelaahan ilmu pengetahuan yang didasarkan atas sikap dan pendirian filosofis yang dimiliki oleh seorang ilmuwan. Sikap atau pendirian filosofis secara garis besar dapat dibedakan ke dalam dua *mainstream*, aliran besar yang sangat mempengaruhi perkembangan ilmu pengetahuan, yaitu : Materialisme dan Spiritualisme. Materialisme adalah suatu pandangan metafisik yang menganggap bahwa tidak ada hal yang nyata selain materi. Sedang Spiritualisme adalah suatu pandangan metafisik yang menganggap kenyataan yang terdalam adalah roh yang mengisi dan mendasari seluruh alam (Mustansyir, 2003 : 47).

*Landasan Epistimologis*, pengembangan ilmu artinya titik tolak penelaahan ilmu pengetahuan didasarkan atas cara dan prosedur dalam memperoleh kebenaran. Dalam hal ini yang dimaksud adalah metode ilmiah. Metode Ilmiah merupakan prosedur dalam mendapatkan pengetahuan yang disebut ilmu. Jadi ilmu merupakan pengetahuan yang didapatkan lewat metode ilmiah. Tidak semua pengetahuan dapat disebut ilmu, sebab ilmu merupakan pengetahuan yang cara mendapatkannya harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat yang harus dipenuhi agar suatu pengetahuan dapat disebut ilmu tercantum dalam apa yang dinamakan dengan metode ilmiah (Suriasumantri, 1999 : 119). Seperti diketahui berpikir adalah kegiatan mental yang menghasilkan pengetahuan. Metode ilmiah merupakan ekspresi mengenai cara bekerja pikiran. Dengan cara bekerja ini maka pengetahuan yang dihasilkan diharapkan mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu yang diminta oleh pengetahuan ilmiah, yaitu sifat rasional dan teruji yang memungkinkan tubuh pengetahuan yang disusunnya merupakan pengetahuan yang dapat diandalkan.

*Landasan Aksiologi*, pengembangan ilmu pengetahuan merupakan sikap etis yang harus dikembangkan oleh seorang ilmuwan, terutama dalam kaitannya dengan nilai-nilai yang diyakini kebenarannya. Sehingga suatu aktivitas ilmiah senantiasa dikaitkan dengan kepercayaan, ideology yang dianut oleh masyarakat atau bangsa, tempat ilmu itu dikembangkan.

### **Pengertian Etika**

Sebagaimana telah disinggung pada paparan pendahuluan, etika dalam artinya yang luas adalah pengkajian soal moralitas (Titus, 1984 : 21). Apakah yang benar, dan apakah yang salah dalam hubungan antar manusia? Dalam moralitas dan etika ada tiga bidang yang besar, yaitu : etika deskriptif (*descriptive ethics*), etika normative (*normative ethics*), dan metaetika (*metaethics*).

*Etika Deskriptif* berusaha untuk menjelaskan pengalaman moral dengan cara deskriptif. Kita berusaha untuk mengetahui motivasi, kemauan dan tujuan sesuatu tindakan dalam kelakuan manusia. Kita melakukan penyelidikan kelakuan perorangan atau *personal morality*, kelakuan kelompok atau *social morality*, serta contoh-contoh kebudayaan dari kelompok nasional atau *racial*. Etika deskriptif merupakan suatu usaha untuk membedakan *apa yang ada* dan *apa yang harus ada*.

*Etika Normative* (apa yang harus ada), disini para filosof berusaha untuk merumuskan pertimbangan (*judgment*) yang dapat diterima tentang apa yang harus ada dalam pilihan dan penilaian. Misalnya : “kamu harus memenuhi janjimu” dan “kamu harus menjadi orang yang terhormat” merupakan penilaian (*judgment*) yang

*normative* (keharusan). Keharusan moral (*moral ought*) merupakan *subject maker*, bahan pokok dalam etika. Semenjak zaman Yunani purba, para filosof telah merumuskan prinsip-prinsip penjelasan untuk menyelidiki mengapa manusia bertindak seperti yang mereka lakukan, dan apakah prinsip-prinsip kehidupan mereka. Pernyataan prinsip-prinsip tersebut dinamakan *teori-teori etika*.

Ada beberapa teori mengenai etika, diantaranya adalah : (a) *Utilitarisme*, berasal dari bahasa Latin *utilis* yang berarti “bermanfaat”. Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan. Jadi, utilitarisme ini tidak boleh dimengerti dengan cara egoistis. (b) *Deontologi*, berasal dari kata Yunani *deon* yang berarti “kewajiban”. Menurut teori ini suatu perbuatan baik dan perbuatan itu buruk, karena perbuatan baik menjadi kewajiban dan perbuatan buruk adalah sesuatu yang dilarang. Jadi, yang menjadi dasar bagi baik buruknya perbuatan adalah kewajiban. (c) *Teori Hak*, hak berkaitan dengan kewajiban. Malah bisa dikatakan hak dan kewajiban bagaikan dua sisi mata uang logam yang sama. Artinya, kewajiban satu orang biasanya serentak berarti juga hak dari orang lain. (d) *Teori Keutamaan*, teori ini memfokuskan pada seluruh manusia sebagai pelaku moral, yang memandang sikap atau akhlaq seseorang. Tidak ditanyakan apakah suatu perbuatan tertentu adil, jujur atau murah hati, melainkan apakah orang itu bersikap adil, jujur dan murah hati (Bertens, 2000 : 66-73).

*Metaetika* atau *critical ethic*, pada tingkatan ini lebih memperhatikan pada analisa, arti istilah atau bahasa yang dipakai dalam pembicaraan etika, serta cara berpikir yang dipakai untuk membenarkan pernyataan-pernyataan etika. Metaetika tidak menganjurkan sesuatu prinsip atau tujuan moral, kecuali dengan cara implikasi; metaetika seluruhnya terdiri atas analisa falsafi.

Philip Wheelwright telah menulis definisi yang jelas dan tepat tentang etika, yaitu : Etika dapat dibatasi sebagai cabang filsafat yang merupakan pengkajian sistematis tentang pilihan reflektif, ukuran kebenaran dan kesalahan yang membimbingnya, atau hal-hal yang bagus yang pilihan reflektif harus diarahkan kepadanya (Titus, 1984 : 22).

### **Pengertian Bisnis**

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan dalam hidupnya, yang dilakukan dengan berbagai macam cara dalam rangka untuk mendapatkan harta dan kekayaan. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan adalah dengan bekerja yang diantara pekerjaan itu ada yang dinamakan bisnis. Bisnis merupakan pertukaran barang dan jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat (Skinner, 1992). Menurut J.S. Nimpoena (1995), pengertian bisnis dapat dibedakan menjadi dua macam, pengertian bisnis secara sempit dan luas. Pengertian sempit, bisnis adalah fiksi. Dalam pengertian luas, bisnis sangat terkait dengan perekonomian dan politik. Bisnis dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan usaha komersial di bidang perdagangan, dan bidang usaha. Panji Anoraga (1995) mendefinisikan bisnis sebagai “*the buying and selling of good and services*”. Dalam pandangan Straub dan Atter, bisnis didefinisikan sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi serta penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Asnawi, 2003 : 68).

### Pengertian Etika Bisnis

Sebagaimana sedikit disinggung pada paparan pendahuluan, bahwa supaya patut disebut *good business*, tingkah laku bisnis harus memenuhi syarat-syarat dari semua sudut pandang tentang bisnis, yaitu sudut pandang ekonomi, hukum dan etika. Bisnis tidak patut disebut sebagai *good business* kalau tidak baik dari sudut etika dan hukum juga.

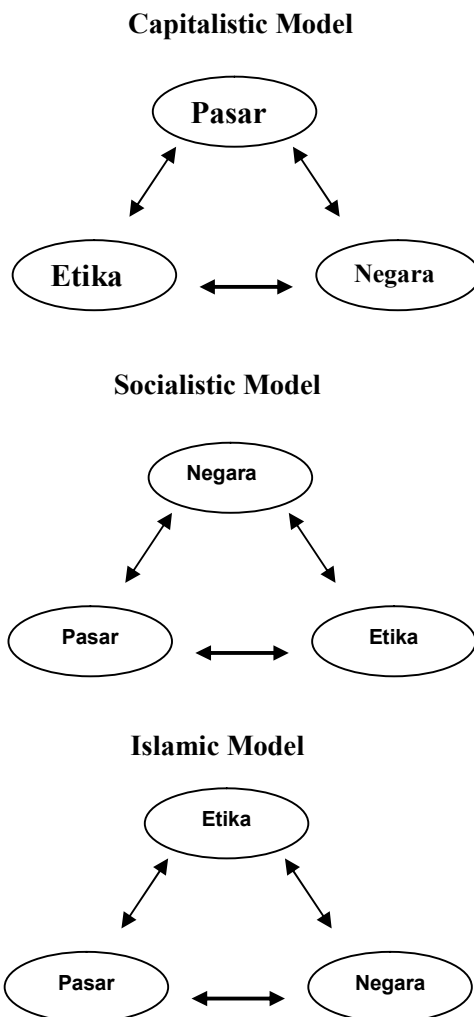
Kata “etika” dan “etis” tidak selalu dipakai dalam arti yang sama dan karena itu pula “etika bisnis” bisa berbeda artinya. Pengertian etika dapat didekati dengan dua aspek, yaitu “etika sebagai praksis” dan “etika sebagai refleksi” (Bertens, 2000 : 32). Etika sebagai praksis berarti, nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan. Dapat dikatakan juga, etika sebagai praksis adalah apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral. Etika sebagai refleksi (*ilmu*) adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Etika sebagai refleksi berbicara tentang etika sebagai refleksi menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang. Etika dalam arti ini dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah. Hal ini terjadi bila refleksi dijalankan dengan kritis, metodis, dan sistematis, karena tiga ciri inilah membuat pemikiran mencapai taraf ilmiah (Bertens, 2000 : 33).

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Karena itu etika dalam arti ini sering disebut juga “*filsafat praktis*”. Dalam perkembangannya, etika mulai membuka diri bagi topik-topik kongkret dan actual sebagai obyek penyelidikannya, yang sering disebut sebagai “etika terapan”. Etika bisnis inilah yang dilihat sebagai suatu bidang peminatan dari etika terapan (*applied ethics*).

Etika bisnis memiliki beberapa istilah yang pada intinya memiliki arti yang sama dan memiliki orientasi studi tentang masalah etis dalam bidang ekonomi. Misalnya dalam bahasa Inggris : *business ethics* (etika bisnis); dalam bahasa Belanda : *bedrijfsethiek* (etika perusahaan); dalam bahasa Jerman : *unternehmenstheik* (etika usaha); atau *management ethics/managerial ethics* (etika manajemen); ada lagi yang menyebut sebagai *organization ethics* (etika organisasi), dan lain sebagainya.

Jika etika dikaitkan dengan bisnis, maka dapat diambil definisi mengenai etika bisnis yaitu : *studi tentang apa yang benar dan salah, apa yang baik dan buruk yang dilakukan manusia dalam tatanan bisnis* (Sobirin, 1998 : 20). Termasuk dalam definisi bisnis adalah tentang baik dan buruk, salah dan benar yang dilakukan oleh individu-individu dalam perusahaan atau organisasi maupun tindakan-tindakan perusahaan itu sendiri sebagai sebuah lembaga. Dan menurut Kenneth Goodpaster sebagaimana dikutip Sobirin (1998 : 20) dikatakan bahwa etika bisnis tidak hanya terbatas pada individu dan organisasi saja akan tetapi termasuk system yang mewadahi organisasi tersebut yakni system perekonomian. Penjelasan Goodpaster tersebut menyiratkan bahwa ada keterkaitan antara system perekonomian dan etika bisnis. Keterkaitan tersebut digambarkan oleh Dawam Rahardjo sebagai berikut : (Sobirin , 1998 : 21)





Gambar 2 : Hubungan antara system Perekonomian, Peranan Negara dan Etika Bisnis

Artinya, bisnis bukan *a-moral*, tapi justru sebaliknya bahwa bisnis sangat berkaitan dengan etika dan bahkan sangat mengandalkan etika. Karena menurut Kenneth Blanchard dan Norman Vincent Peale seperti yang dikutip oleh Misanam (2000 : 8) dikatakan bahwa “*sebuah kode moral yang kuat dalam suatu bisnis merupakan langkah pertama menuju sukses*”.

#### **Pengertian Etika Bisnis Islam**

Adapun yang dinamakan bisnis islami adalah sebagaimana yang sering tergambarkan dalam al-Qur'an Surat Ibrahim : (32-34), Al-A'raf : (10), Huud : (61). Diantara gambaran bisnis yang tertuang dalam al-Qur'an itu mengandung makna anjuran seseorang untuk mencari rizki disaat ia mengarungi bahtera kehidupan di duni ini, yakni aspek kehalalannya baik dari perolehan, maupun saat

pendayagunaannya (Asnawi, 2003 : 68). dari sini bisa kita tarik pengertian bisnis islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai macam bentuknya yang tidak dibatasi kuantitasnya, namun dalam perolehan dan pendayagunaannya ada batasan-batasan antara halal dan haram. Artinya, Etika Bisnis Islam adalah serangkaian kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun organisasi yang berdasarkan pada nilai-nilai dan norma-norma Islam.

## PEMBAHASAN

### Pendekatan Filsafat Ilmu terhadap Etika Bisnis Islam

Apabila kita mendiskusikan tentang apapun yang berlabel Islam, maka kita harus merujuk kembali pada dasar-dasar utama dalam Islam yang dikenal sebagai Wahyu yang terkumpul dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rosul termasuk pula dalam pembahasan paradigma atau filsafat-sains Islam. Islam merupakan agama yang khas yang tidak saja mengatur kehidupan akherat tetapi juga meliputi segenap hidup dan kehidupan manusia yang serba kompleks dan rumit. Islam tidak hanya membahas mengenai fiqh saja, tapi juga menyangkut ideology, politik, social, budaya, serta perekonomian dan bisnis.

Seiring dengan perjalanan waktu serta dengan semakin majunya dunia perdagangan dan bisnis, orang semakin tergiur dengan berbagai macam teori, sistem dan cara-cara baru dalam dunia perdagangan dan bisnis agar bagaimana modal sedikit yang dimiliki cepat mendapatkan hasil banyak, walaupun bertentangan dengan nilai-nilai normative transcendental yang diyakininya. Kondisi ini jika sudah melembaga dalam nurani pelaku bisnis, tidak menutup kemungkinan akan mengikis habis nilai-nilai normative yang dibangun oleh Islam.

Munculnya paradigma islamisasi ilmu pengetahuan termasuk di dalamnya ekonomi dan bisnis, memunculkan harapan baru untuk mengkritisi, menggali serta mengembalikan nilai-nilai syariat dalam dunia bisnis, dan menampilkan wajah baru, yaitu Etika Bisnis Islam.

Untuk mengaktualisasikan ilmu pengetahuan Al-Faruqi (1988) sebagaimana yang dikutip oleh Ghofar (1999 : 69) mengusulkan beberapa prinsip metodologi, yaitu :

1. Ke – Esa – an Tuhan (*tauhid*)
2. Kesatuan Ciptaan (*the unity of creation*)
3. Kesatuan Kebenaran dan Kesatuan Ilmu Pengetahuan (*the unity of truth and the unity of knowledge*)
4. Kesatuan Hidup (*unity of life*)
5. Kesatuan Umat Manusia (*the unity of humanity*)

Konsep *tauhid* merupakan konsep utama yang mendasari keempat kesatuan yang lain. Konsep ini memiliki implikasi ontologis dan epistemologis dalam membangun ilmu pengetahuan. Termasuk juga dalam membangun konsep serta karakteristik Etika Bisnis Islam. Secara *ontologis*, prinsip tauhid ini akan memahami Allah sebagai “penyebab pertama dan tertinggi serta akhir dari segala sesuatu (*causa prima*)”. Keberadaan Allah menurut Faruqi merupakan prinsip fundamental dan regulative dari semua ilmu pengetahuan. Sehingga, Islam dalam melakukan aktivitas bisnisnya, walaupun ada nilai-nilai kebebasan, nilai-nilai

kepemilikan, dan kesamaan, semuanya itu ada batas dan wilayah yang sudah ditentukan. Dalam Bisnis Islam tidak akan hanya diarahkan pada sifat kebendaan dan menafikan nilai-nilai ruhiyah, akan tetapi ada keterikatan para pelaku bisnis dengan aturan yang lahir dari nilai-nilai normative *transcendental*.

Etika Bisnis Islam dalam aktivitasnya selalu bersendikan pada keyakinan *tauhid*. Triyuwono (1997) mengutip Madjid (1992) menjelaskan bahwa pernyataan *tauhid* yang terangkum dalam kalimat syahadat juga mengandung esensi kebebasan manusia dari belenggu-belenggu mitos yang tidak selayaknya dari kuasa semu. Kalimat pertama dalam syahadat menunjukkan adanya negasi terhadap keberadaan kuasa-kuasa semu, yaitu adanya semangat emansipatoris dan hegemoni kuasa-kuasa yang tidak layak menguasai diri manusia. Namun setelah kebebasan itu tercapai, manusia harus melakukan konfrontasi terhadap sesuatu yang dianggap benar, sejati, dan layak untuk tunduk dalam kuasanya sehingga manusia tidak terperangkap ke dalam kuasa-kuasa semu lain. Kuasa sejati dalam hal ini adalah kuasa yang secara intrinsic benar, benar dalam dirinya sendiri dan tidak memerlukan factor luar untuk membenarkannya. Yang dimaksud di sini tidak lain adalah Tuhan Yang Maha Esa (Ghofar, 1999 : 70).

Melihat pernyataan-pernyataan di atas kita dapat memahami bahwa konsep *tauhid* memiliki implikasi yang sangat besar pada asumsi-asumsi ontology dan epistemologi, khususnya, untuk membangun ilmu pengetahuan Islam. Keyakinan yang kukuh atas *tauhid* mempersenjatai peneliti dengan sebuah pandangan alam yang komprehensif dan ia tidak lagi melihat alam sebagai sekedar kumpulan bagian-bagian yang saling terisolasi, tetapi ia melihat kesalinghubungan diantara bagian-bagian tersebut dan kesamaan asal-usulnya. Ia melihat kesatuan dibalik keragaman ini.

Kesadaran tentang penyatuan dan interelasi yang saling menguntungkan dari setiap benda dan peristiwa; pengalaman dari semua fenomena dalam dunia sebagai manifestasi-manifestasi sebuah kesatuan dasar. Semua benda dianggap sebagai bagian yang saling tergantung dan tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan kosmis; sebagai manifestasi-manifestasi yang berbeda dari realitas dasar yang sama (Capra, 1974 : 146). Prinsip *Yin – Yang* adalah perbedaan hakiki yang bukan pertentangan asasi dalam lingkaran nyata kehidupan manusia. Islam memiliki konsep berpasangan yang dapat disamakan dengan konsep *Yin – Yang* yang ada dalam konsep *Tao*. Konsep berpasangan ini dapat kita temukan dalam al-Qur'an *Surat Yaasin* : 36, yaitu :

*Maha suci Rabb yang telah menciptakan pasangan-pasangan semuanya, baik dari apa yang ditumbuhkan oleh bumi dan dari diri mereka maupun dari apa yang tidak mereka ketahui (Q.S. 36 : 36).*

Dan dalam *Surat Adz-Dzaariyaat* : 49, yaitu :

*Dan segala sesuatu Kami ciptakan berpasang-pasangan supaya kamu mengingat akan kebesaran Allah (Q.S. 51 : 49).*

Jadi, ilmu pengetahuan menurut tradisi Islam, tidak menerangkan dan memahami realitas sebagai entitas yang terpisah dan independen dari Realitas

Absolut (Allah), tetapi melihatnya sebagai bagian yang integral dari eksistensi Allah.

Ke – *Esa* – an Tuhan yang merupakan factor utama timbulnya prinsip-prinsip lain, seperti kesatuan ciptaan, kesatuan kebenaran dan kesatuan ilmu pengetahuan, kesatuan hidup, dan kesatuan ummat manusia merupakan prinsip metodologis yang paling mendasar yang membedakan ilmu pengetahuan Islam dengan jenis ilmu pengetahuan lainnya.

Lima prinsip dasar yang diusulkan oleh Al-Faruqi inilah sebenarnya yang merupakan dasar-dasar dari pemikiran **Ontology** (*theory of being*) dari konsep ilmu pengetahuan Islam, termasuk didalamnya Etika Bisnis Islam. Disinilah perlunya persepsi individu untuk memahami realitas social disekitarnya, baik realitas subyektif maupun realitas obyektif.

Dalam konteks ilmu pengetahuan social kita memiliki persepsi umum bahwa perspektif seseorang tidak selamanya sama dengan orang lain. Hal ini dapat dilihat bagaimana seseorang melihat realitas. Misalnya, *seorang nominalis* melihat bahwa dunia (realitas social) yang diciptakan manusia tidak lebih dari nama-nama, konsep-konsep, dan label-label yang digunakan untuk mengkonstruksi realitas yang digunakan sebagai kreasi artificial berdasarkan pada kemudahan untuk mendiskripsikan, memberikan makna, dan mengosiasikan dunia luar (Triuwono, 1997 : 30).

Sementara, sebaliknya *seorang realis* memandang realitas terbuat dari struktur yang keras, kongkrit, dan relatif kekal. Bagi seorang realis, realitas social eksis secara independen dari penciptanya (yaitu manusia) dan berada di “luar sana”. Realitas social dipandang sebagai sesuatu yang tidak diciptakan manusia, atau dipandang sesuatu yang sudah *given*.

Kedua pandangan ini memiliki kelemahan dan keterbatasan, karena kedua kutub pemikiran ini sebagai cara pandang yang parsial terhadap realitas. Oleh karenanya, setiap ilmu yang berdasarkan pada salah satu dari dua paham tersebut tidak akan mampu menciptakan perspektif yang holistic dari ilmu pengetahuan.

Tidak seperti *nominalisme* dan *realisme*, tradisi Islam menurut Al-‘Ali (1993), melihat realitas obyektif (*realisme*) dan realitas subyektif (*nominalisme*) sebagai entitas yang saling melengkapi (*coexistence*). Tetapi koeksistensi dari dua macam realitas ini tidak berdasarkan pada dualisme atau dikotomi, karena dualisme atau dikotomi akan melanggar konsep Islam tentang penciptaan berpasangan (Triuwono, 1997 : 31). Semua, kecuali Tuhan, selalu berpasangan dan semuanya bergerak memenuhi kehendak Tuhan.

Koeksistensi membantu kita dalam memahami realitas dalam bentuk yang utuh. Tradisi Islam meyakini bahwa realitas tidak saja terdiri dari realitas fisik, tetapi juga meliputi realitas psikhis dan spiritual. Secara hierarkhis, realitas fisik berada pada tingkat yang paling bawah, kemudian pada tingkat yang lebih atas berturut-turut adalah realitas psikhis dan spiritual (Triuwono, 1997 : 31). Namun, kita juga harus ingat bahwa realitas tadi (fisik, psikhis, dan spiritual) tidak berdiri sendiri bahkan tidak dapat dipisahkan dengan realitas yang lebih tinggi, yaitu sifat-sifat Ilahiah (*asma’ sifatiyah*) karena Allah sendiri sebagai dzat pencipta dan Realitas Absolut.

Memahami relitas sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Relitas Absolut akan mengarahkan kita untuk memahami bahwa tujuan ilmu pengetahuan

dalam tradisi Islam, adalah mempelajari karakter yang nyata dari semua eksistensi yang diciptakan Tuhan, untuk menunjukkan hukum alam yang integral sebagai refleksi dari ke – *Esa* – an Tuhan, dan untuk memahami eksistensi realitas Tertinggi. Ini berarti bahwa ilmu pengetahuan diarahkan pada pengakuan secara mendalam akan eksistensi Sang Pencipta.

Berdasarkan pada pemahaman (realitas), maka disiplin ilmu ekonomi dan bisnis harus diarahkan pada konstruksi ilmu pengetahuan yang *holistic*, yang dapat mengaitkan berbagai tingkatan realitas.

Persepsi individu mengenai sifat dasarnya dan cara mempersepsikan realitas social yang dijumpai tak pelak lagi merupakan landasannya berpijak di dalam arena bangunan realitas social. Bagi individu yang otonom, misalnya, bisnis kemungkinan dipandang sebagai sebuah realitas social yang dibangun oleh individu dan kelompok individu lain sebagai anggota masyarakat melalui interaksi-interaksi social yang rumit. Dari perspektif ini, pentingnya persepsi individu mengenai *diri*-nya (sifat dasar manusia) dan realitas sosialnya (ontology) yang menjadi ajangnya untuk berinteraksi dapat dimengerti.

Organisasi dan Bisnis adalah realitas yang diciptakan oleh *diri*, yang penampakannya didasarkan pada perspektif *diri*. Atas dasar bahwa *diri* itu penting, maka kajian ini mencakup; proses bagaimana *diri* menginternalisasikan perspektif orang lain (lingkungan) untuk kemudian *mengeksternalisasikan* nilai-nilai dari perspektif tersebut dalam bentuk berpikir dan bertindak. Dalam kaitan ini ditunjukkan bahwa proses bagaimana *diri* (*self*), melalui *Ku* (*Me*) – Objek -, bagian dari *diri* disamping *Saya* (*I*) – Subjek -, menginternalisasikan nilai-nilai “pihak lain yang tergeneralisasi”. Yakni nilai-nilai Iman dan Ilmu yang kemudian dieksternalisasi dalam bentuk tindakan. Nilai-nilai itu bersifat *religius* (Islam) yang terkristalisasi dalam konsep iman, ilmu dan amal (Triyuwono, 2000 : 8).

Menurut konsep tersebut, iman, percaya akan ke-Esa-an Tuhan, adalah landasan yang paling mendasar bagi *diri* untuk berpikir, menimbang dan menginternalisasi pengetahuan sebagai perangkat untuk melakukan serangkaian tindakan. Dengan kata lain, biak pengetahuan maupun tindakan didasarkan pada – dan oleh karena itu dalam – perspektif iman. Ketiganya, yaitu iman, ilmu dan amal, menyerupai suatu segitiga yang ketiga sisinya saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Mengenai iman, al-Faruqi (1992) berpendapat bahwa ia adalah kebenaran yang diberikan kepada pikiran manusia sehingga bersifat rasional dan perlu pengetahuan untuk mendapatkan dan mempertahankannya. Namun pengetahuan yang tidak benar kemungkinan akan membawa seseorang pada posisi yang menjauhi iman, karena tindakan-tindakannya menjadi salah arah, sehingga, menurutnya, hanya pengetahuan yang berada dalam perspektif sunnatullah yang dapat membimbing individu menuju iman sejati (Triyuwono, 2000 : 9).

Sehingga, konsep-konsep tersebut mau tidak mau akan menjiwai prinsip-prinsip dalam aktivitas ekonomi dan bisnis masyarakat Islam. Sebagaimana dikatakan bahwa dalam prinsip bisnis Islam tidak hanya mementingkan sisi duniawi, namun juga berlandaskan pada tujuan yang lebih hakiki yaitu tercapainya Ridho dari Allah SWT. Maka ada beberapa karakteristik Bisnis Islam yang membedakan dengan Bisnis non-Islam, yaitu : (Asnawi, 2003 : 70)

Tabel 1 : Karakteristik Bisnis Islami Vs Non - Islami

<b>ISLAMI</b>	<b>KARAKTERISTIK BISNIS</b>	<b>NON – ISLAMI</b>
Aqidah Islam, nilai-nilai transcendental	<b>Asas</b>	Sekularisme (nilai-nilai material)
Dunia - Akherat	<b>Motivasi</b>	Dunia
Profit dan benefit (non-materi/qimah) pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan	<b>Orientasi</b>	Profit, pertumbuhan, dan keberlangsungan
Tinggi, bisnis adalah bagian dari ibadah	<b>Etos Kerja</b>	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, konsekwensi keimanan, manifestasi kemusliman	<b>Sikap Mental</b>	Maju, produktif, dan konsumtif, sekaligus aktualisasi diri
Cakap dan ahli dibidangnya, konsekwensi dari kewajiban seorang muslim	<b>Keahlian</b>	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekwensi dari motivasi <i>reward</i> dan <i>punishment</i>
Terpercaya dan bertanggung jawab, tidak menghalalkan segala cara	<b>Amanah</b>	Tergantung pada kemauan individu, menghalalkan segala cara
Halal	<b>Modal</b>	Halal dan haram
Sesuai dengan akad kerjanya	<b>SDM</b>	Sesuai dengan akad kerjanya pemilik modal
Halal	<b>Sumber Daya</b>	Halal dan haram
Visi dan misi organisasi terkait erat, dengan penciptaan manusia di dunia	<b>Manajemen Strategik</b>	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor syari'ah	<b>Manajemen Operasi</b>	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dengan koridor manfaat
Jamaina halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	<b>Manajemen Keuangan</b>	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses keluaran dan keuangan
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	<b>Manajemen Pemasaran</b>	Pemasaran menghalalkan segala macam cara
Sumberdaya professional dan berkepribadian	<b>Manajemen SDM</b>	SDM professional, SDM adalah factor produksi,

muslim, SDM adalah pengelola bisnis, bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah SWT.		SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan saja.
--	--	---

Sumber : Asnawi, 2003

Lima prinsip dasar yang dikemukakan oleh al-Faruqi diatas merupakan dasar-dasar fundamental dari pemikiran pada tingkat ontology (*theory of being*) yang kemudian akan membentuk asumsi **Epistemologi** (*theory of knowledge*). Ada beberapa asumsi epistemologi yang diformulasikan oleh al-Faruqi antara lain :

1. Segala sesuatu di alam ini diciptakan oleh Allah dengan ukuran yang tepat.
2. Alam ini digerakkan oleh satu tata kosmis yang berisi hokum-hukum yang dapat ditemukan oleh akal manusia.
3. Tata kosmis membawa kesatuan dalam penciptaan dengan menghubungkan obyek-obyek alam melalui tipe-tipe hubungan tertentu : hubungan sebab – akibat (*cause-effect relationship*) dan hubungan alat-tujuan (*means-to-end relationship*).
4. Kepercayaan Islam yang berisi wahyu tidak akan pernah bertentangan dengan akal. Oleh karena itu, fakta yang diungkapkan oleh wahyu akan sesuai dengan apa yang ditemukan oleh akal dan pengalaman.
5. aAlam dibuat tunduk pada manusia sehingga seluruh lingkup alam mampu menerima potensi manusia, memikul perubahan atas inisiatif, atau dirubah ke dalam pola tertentu seperti yang diinginkan manusia.
6. Makna dari wahyu secara eternal tertanam dalam dua aspek yang solid : leksikografi dan sintks arab di satu sisi, dan realitas disisi yang lain.
7. Karena pola ciptaan Allah bersifat infinitif, maka tidak ada penelitian tentang hakekat ciptaan yang dapat dikatakan telah mencapai final atau konklusif. Oleh karena itu, keterbukaan terhadap bukti baru dan kegigihan dalam penelitian adalah karakteristik yang sangat diperlukan dalam pemikiran Islam.
8. Sementara perilaku alam diatur oleh hokum kebutuhan (*laws of necessity*), tindakan manusia tergantung pada hokum kebebasan (*laws of freedom*). Sementara yang pertama bersifat permanen, yang kedua dimanifestasikan dalam sejarah melalui tindakan manusia (Ghofar, 1999 : 71).

Selain itu Faruqi juga merumuskan prinsip etika, yang secara inheren berada dalam konsep al-Faruqi tentang lima prinsip kesatuan, diantaranya adalah :

1. Ummat manusia harus hidup sesuai dengan hokum-hukum moral (*amanah obligation*).
2. Ummat manusia harus mengembangkan dan menetapkan kultur dan peradaban (*khilafah obligation*).
3. Karena keinginan Islam tentang kultur dan peradaban, yang dimanifestasikan secara komprehensif dalam syari'ah, bersifat terbuka, maka pemikir muslim mempunyai tugas untuk mengislamkan setiap aspek kehidupan manusia.
4. Aksi politik merupakan kewajiban agama dan moral

5. Setiap manusia mempunyai martabat dasar dan nilai kemanusiaan yang sama. *Each human being has the same basic dignity and human worth.* Oleh karena itu, etnosentrisme, dimana rasisme dan nasionalisme merupakan ekspresi yang umum, merupakan bentuk kejahatan moral.
6. Memisahkan sesuatu yang secular dari yang religius bertentangan dengan konsep Islam yang mewajibkan setiap individu untuk mengembangkan hidupnya sesuai dengan prinsip-prinsip Ilahi (Ghofar, 1999 : 71).

Pemikiran diatas telah menyadarkan kita bahwa sesungguhnya Islam memiliki dasar filsafat-sains yang unik dan komprehensif. Begitu pula dalam Etika Bisnis Islam.

Etika Bisnis Islam secara *ontology* meyakini bahwa adanya segala realitas, baik obyektif maupun subyektif tidak terlepas dari adanya Sang Maha Transcendence (Allah). Keyakinan ini secara implicit maupun eksplisit termaktub dalam dua kalimat syahadat (*tauhid*). Dengan keyakinan *tauhid* ini Etika Bisnis Islam secara *epistemology* mengambil dasar-dasar dalam pelaksanaan aktivitasnya dari keyakinan bahwa tata kosmis ini digerakkan oleh hokum-hukum yang berasal dari Tuhan, wahyu-wahyu tuhan. Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntutan al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.

Al-Qur'an sebagai salah dasar hokum Islam telah membicarakan tentang bisnis. Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung rugi, kredit dan lain sebagainya. Sebagaimana contoh-contoh firman Allah yang menguraikan mengenai aktivitas bisnis ini, yaitu :

“Siapakah yang ingin memberi *qardh* (kredit) kepada Allah dengan kredit yang baik, maka allah akan melipatgandakan (*qardh* itu) untuknya dan dia akan memperoleh ganjaran yang banyak (Q.S. 57 : 11)

“Sukakah kamu aku tunjukkan satu perniagaan yang menyelamatkan kamu dari siksa yang pedih? Kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang baik jika kamu mengetahui (Q.S. 61 : 10-11)

Sehingga imbalan dari perniagaan atau keuntungannya termaktub dalam ayat dibawah ini :

“Allah mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam surga yang mengalir dibawahnya sungai-sungai dan (memasukkan kamu) ketempat tinggi yang baik di dalam surga ‘Aden. Itulah keberuntungan yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat. Sampaikanlah berita gembira (ini) kepada orang-orang yang beriman (Q.S. 61 : 12-13).



Keyakinan akan bunyi firman Tuhan ini, membuat mereka tidak ingin melakukan aktivitas kecuali bila memperoleh keuntungan yang dilayani oleh al-Qur'an dengan menawarkan satu aktivitas bisnis yang tidak mengenal kerugian, penipuan, sebagaimana firman Allah :

“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka memperoleh surga.

Kemudian ayat ini ditutup dengan :

“Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah. Maka bergembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar (Q.S. 9 : 111)

Demikianlah terlihat al-Qur'an menggunakan logika pelaku bisnis dalam menawarkan ajaran-ajarannya. Memang, motivasi manusia beribadah kepada Allah beragam, ada yang melakukannya bagaikan perlakuan hamba sahaya kepada tuannya, ada juga seperti pelaku bisnis yang selalu memperhitungkan untung ruginya, dan ada yang melakukannya karena dorongan cinta (bagai cinta ibu kepada anak-anaknya). Karena itu pula bertebaran ayat-ayat al-Qur'an yang mengajak manusia untuk menyembah-Nya dengan janji-janji serta ancaman-ancaman.

Firman-firman Tuhan serta sunnah-sunnah nabi inilah yang dijadikan oleh para pelaku bisnis untuk menjalankan segala aktivitasnya di dunia bisnis. Jika mereka memiliki keyakinan terhadap firman-firman Tuhan-Nya, maka mereka tidak akan mungkin melakukan aktivitas bisnis yang tidak sesuai dengan hukum dan ajaran al-Qur'an serta as-Sunnah.

Adapun implikasi dari pemahaman pelaku bisnis terhadap realitas objektif maupun subyektif serta pemaknaan yang benar terhadap al-Qur'an dan as-Sunnah akan membentuk cara pandang terhadap perilaku atau **Aksiologi** (tujuan, nilai-nilai) hidupnya.

Al-Qur'an menggaris bawahi bahwa ketika al-qur'an mengakui dan menegaskan adanya dorongan-dorongan untuk melakukan aktivitas kerja termasuk dalam berbisnis digaris-bawahinya pula dorongan yang seharusnya lebih besar, yakni memperoleh “apa berada di sisi Allah”. Sebagaimana firman Allah “*Wallah 'indahu husnul maab*” (disisi Allah kesudahan yang baik). Jika demikian, pandangan seseorang yang bekerja dan berbisnis harus melampaui masa kini masa depannya yang dekat.

Visi masa depan yang jauh, merupakan etika pertama dan utama dalam berbisnis, sehingga pelaku-pelakunya tidak sekedar mengejar keuntungan sementara yang segera habis, tetapi selalu berorientasi masa depan. Al-Qur'an menggarisbawahi kemungkinan sukses yang diperoleh mereka yang berpandangan dekat, tetapi dalam saat yang sama, diingatkan bahwa kelak – dimasa depan – mereka akan merugi dan dikecam berbeda dengan yang bervisi jauh, mereka itulah yang usaha-usahanya akan disyukuri. Sebagaimana firman Allah dalam al-Qur'an :

“Siapa yang menghendaki kebahagiaan (kehidupan) yang cepat (duniawi) maka Kami segerakan baginya di dunia ini apa yang Kami kehendaki bagi orang yang kami kehendaki, dan kami tetapkan baginya neraka jahannam. Ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir. Barangsiapa yang

menghendaki kebahagiaan akherat (masa depan) dan berusaha kearah itu dengan bersungguh-sungguh lagi dia seorang mukmin, maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya disyukuri (dibalas dengan baik)”. (Q.S. 17 : 18-19).

Al-Qur’an juga mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung tarik menarik untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin di pihaknya. Karena itu dalam al-Qur’an dikatakan :

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang *batil*, dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta kepada hakim supaya kami dapat memakan sebahagian dari harta orang lain itu dengan jalan (berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui” (Q.S. 2 : 188).

Penggunaan kata diantara kamu disamping memberi kesan bahwa harta benda adalah milik semua manusia secara bersama dan Allah yang membaginya antar mereka secara adil berdasar kebijaksanaan-Nya dan melalui penetapan hukum dan etika sehingga upaya perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan kerusakan (Shihab, 1997 : 7).

Ajaran-ajaran yang disarikan dari al-Qur’an dan as-Sunnah inilah yang dijadikan landasan berperilaku dalam berbisnis. Ada beberapa prinsip yang dianjurkan oleh Islam dalam berbisnis, yaitu :

1. *Kejujuran*, nilai kejujuran dan kebenaran merupakan hal yang sangat fundamental yang harus dipraktekkan dan dikembangkan dalam setiap individu muslim. Kejujuran dan kebenaran sangat penting bagi bagi aktivitas bisnis untuk meningkatkan keuntungan dan mendorong meningkatkan kualitas produk dan pelayanan penjualan. Bisnis tidak bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan pada prinsip kejujuran dan merupakan kunci keberhasilan dalam suasana bisnis yang semakin kompetitif. Nilai-nilai yang terkandung dalam kejujuran adalah berkaitan dengan kepercayaan. Sedangkan kepercayaan adalah asset yang paling berharga dalam aktivitas bisnis. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad “Muslim adalah saudara muslim, tidak dibenarkan seorang muslim menjual kepada saudaranya yang muslim, satu jualan yang mempunyai aib kecuali dia menjelskan aibnya”.
2. *Keramah-tamahan*, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam menjual, membeli dan menagih”
3. *Pelanggan yang tidak sanggup membayar diberi waktu*, “jika yang berhutang dalam kesulitan, maka berilah tangguh sampai ia berkelapangan”.
4. *Penjual hendaknya tidak memaksa pembeli dan tidak bersumpah dalam menjual*, meskipun ini meningkatkan pemasaran, tapi berkahnya berkurang. Hanya dengan kerelaan dan keepakatan bersama penjualan menjadi sah. Itupun dapat mengandung tenggang waktu untuk membatalkan/mengembalikan barang.
5. *Tegas dan adil dalam timbangan dan takaran*, prinsip etik “keadilan” merupakan nilai dasar etika bisnis islam yang harus diwujudkan jikalau

menghendaki terjadinya transaksi bisnis dengan baik dan tidak merugikan semua pihak. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan. “Kecelakaan besar bagi yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan bila menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.

6. *Tidak dibenarkan monopoli*, “siapa yang memonopoli makanan selama empat puluh hari, dengan maksud menaikkan harga maka dia telah berlepas diri dari Allah, dan Allah pun berlepas diri darinya”.
7. *Tidak dibenarkan adanya harga komoditi yang boleh dibatasi*.
8. *Kesukarelaan*, penjual dan pembeli memiliki pilihan selama mereka belum berpisah, kecuali kalau sejak semula transaksi itu atas dasar pilihan (Shihab, 1997 : 8 – 9).

Dari beberapa prinsip bisnis dalam perspektif Islam tersebut diatas, menghasilkan lima aksioma dasar yang membentuk Etika Islam, yaitu : (Yusuf, 1997 : 15)

Tabel 2 : Aksioma Etika Islam

Aksioma	
Unitas	Berkaitan dengan konsep <i>Tauhid</i> . Bentuk keseluruhan homogen dari segenap aspek kehidupan manusia : social, politik, ekonomi, agama, dan lain sebagainya. Kesatuan ini bersifat konsisten dan terpadu dengan alam semesta
Equilibrium (keseimbangan)	Berkaitan dengan <i>‘Adl</i> (keadilan). Merupakan suasana keseimbangan diantara pelbagai aspek kehidupan manusia (social, politik, ekonomi, agama, dsb) yang membentuk tatanan social yang harmonis
Kehendak Bebas	Kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar sesuai dengan parameter ciptaan Allah serta posisinya sebagai <i>Khalifatullah</i> di muka bumi.
Tanggung Jawab	Kebutuhan manusia untuk bertanggung jawab atau mempertanggungjawabkan atas tindakan yang dilakukannya.
Ihsan	<i>Benevolence</i> merupakan suatu tindakan yang menguntungkan orang lain.

Sumaber : Yusuf, 1997

Aksioma-aksioma inilah yang secara praksis menjadi pedoman perilaku (*aksiology*) kita sehari-hari, termasuk juga dalam aktivitas bisnis.

### Konsep Etika Kant dalam Etika Bisnis Islam

Immanuel Kant sebagai salah satu filosof zaman modern yang pemikirannya dikemudian hari banyak dijadikan referensi bagi filosof-filosof yang

lain. Banyak pemikiran-pemikiran Kant mengenai filsafat, diantaranya adalah etika, adapun buku yang menjadi acuan dalam membahas konsep etika Kant ini adalah *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten* (Pendasaran Metafisika Kesusilaan, 1785). Secara singkat, arti Kant bagi etika adalah bahwa ia menemukan peran hakiki otonomi dalam moralitas. Distingui antara moralitas dan legalitas, antara sikap moral dengan asal taat pada peraturan adalah fundamental bagi pengertian moralitas secara universal. Penegasan Kant, bahwa moralitas adalah hal keyakinan dan sikap batin, dan bukan hal sekedar penyesuaian dengan aturan dari luar, entah itu aturan negara, adat istiadat atau agama, jadi bahwa asal taat pada peraturan belum menjamin kualitas moral. Kant memastikan bahwa criteria mutu moral, juga di hadapan Tuhan, adalah kesetiaan terhadap suara hati sendiri. Kantlah yang memastikan bahwa manusia hanya bersikap moral – dalam bahasa agama : hanya dapat berkenan dihadapan Tuhan – apabila ia mengikuti suara hatinya. Jadi setiap orang tidak hanya berhak, melainkan berkewajiban untuk senantiasa mengikuti suara hatinya sendiri. Memaksakan sikap moral merendahkan martabat manusia sebagai makhluk moral.

Di dalam *Grundlegung* Kant berkata bahwa filsafat yunani bisa dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : fisika, etika dan logika. *Logika* bersifat formal dan *a-priori* sebab tidak membutuhkan pengalaman empiris. Logika sibuk dengan bentuk pemahaman dan rasio itu sendiri dengan hokum-hukum pemikiran universal terlepas dari pelbagai diferensiasi yang ada dalam objek pemikiran itu. *Fisika* sibuk dengan hokum-hukum alam. Sedangkan *Etika* berurusan dengan hokum-hukum tindakan moral (Tjahjadi, 1991 : 46).

Dari pengamatan atas apa yang dilakukan manusia, kita tidak bisa mengetahui prinsip-prinsip apa yang mendasari tindakan seseorang. Indra manusia hanya mampu menangkap apa yang kelihatan dan dirasakan saja, sedangkan prinsip-prinsip yang mendasari tindakan seseorang seperti “kewajiban” atau “hukum moral”, tetap tersembunyi dari pengamatan. Menurut Kant, filsafat moral atau etika yang murni adalah etika yang justru bersifat *a-priori*, yakni pengetahuan yang tidak mendasarkan diri atas pengalaman empiris. Etika macam ini yang menyibukkan diri hanya dengan pelbagai macam perumusan dan pembenaran atas pelbagai prinsip moral, dengan berbagai macam istilah seperti “wajib”, “kewajiban”, “baik-buruk”, “benar-salah”, dsb. Etika *a-priori* macam ini disebut Kant sebagai **Metafisika Kesusilaan**. Akan tetapi, selain bersifat *a-priori*, etika juga bersifat empiris atau *a-posteriori*, yang oleh Kant disebut sebagai **Antropologi Praktis** (Tjahjadi, 1991 : 47).

Dalam Metafisika Kesusilaan (1797) Kant membuat distingsi antara legalitas dan moralitas. Legalitas (*Legalitat/Gesetzmassigkeit*) dipahami oleh Kant sebagai kesesuaian atau ketidaksesuaian semata-mata suatu tindakan dengan hokum atau norma lahiriah belaka. Kesesuaian atau ketidaksesuaian ini pada dirinya sendiri belum bernilai moral, sebab dorongan batin (*Triebfeder*) sama sekali tidak diperhatikan. Nilai moral baru diperoleh di dalam moralitas. Yang dimaksud Kant dengan Moralitas (*Moralitat/Sittlichkeit*) adalah kesesuaian sikap dan perbuatan kita dengan norma atau hokum batiniah kita, yakni apa yang kita pandang sebagai kewajiban kita. Moralitas akan tercapai apabila kita menaati hokum lahiriah bukan lantaran hal itu membawa akibat yang menguntungkan kita atau lantaran takut pada kuasa sang pemberi hokum, melainkan kita sendiri

menyadari bahwa hukum itu merupakan kewajiban kita. Kewajiban (*deontologi*) inilah yang menjadi dasar dari Filsafat Moral (*Etika*) Kant.

Menurut Kant, hanya makhluk yang memiliki budi saja yang mampu melakukan tindakan moral, karena hanya makhluk berbudi sajalah yang mempunyai gagasan mengenai hukum dan secara sadar mampu menyesuaikan dan mendasarkan perbuatannya atas prinsip-prinsip yang ada. Ada dua prinsip, yang atasnya tindakan manusia didasarkan. Pertama, *Maksim*, adalah prinsip yang berlaku secara subjektif, yang patokannya ada pada pandangan yang subjektif, yang menjadikan seseorang menganggapnya sebagai pedoman untuk bertindak. Dalam pandangan subjektif ini ada kemungkinan manusia akan bertindak sewenang-wenang, karena manusia sebagai makhluk yang tidak sempurna, juga memiliki nafsu-nafsu dan kecenderungan-kecenderungan emosional. Oleh karena itu, manusia membutuhkan prinsip lain yang dapat memberinya pimpinan dan menjamin adanya tertib hukum di dalam dirinya sendiri, terlepas dari semua dorongan di atas. Prinsip macam ini yang ditemukan dalam *Budi*, maka Kant, menyebut prinsip kedua adalah *Budi* atau kaidah objektif. Prinsip atau kaidah objektif adalah prinsip yang memberi patokan bagaimana orang *harus* bertindak. Disini tiada tujuan tertentu yang mau dicapai oleh perbuatan itu, yang menjadikan perbuatan benar-benar objektif. Maka pada kondisi inilah ada perintah atau *imperatif*.

Ada dua macam imperatif, yaitu imperatif hipotetis dan imperatif kategoris. *Imperatif Hipotetis*, adalah perintah bersyarat, berlaku secara umum. Perintah ini mengatakan suatu tindakan yang diperlukan sebagai sarana atau syarat untuk mencapai sesuatu yang lain. *Imperatif Kategoris*, adalah perintah mutlak, berlaku umum, selalu dan dimana-mana (maka universal). Imperatif Kategoris tidak berhubungan dengan suatu tujuan yang mau dicapai. Sifat dari Imperatif Kategoris adalah formal, artinya hanya merumuskan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh perbuatan mana pun juga agar dapat memperoleh nilai moral yang baik, terlepas dari tujuan materialnya. Imperatif Kategoris berkata “kamu wajib” (*Du Sollst!*), dan karena “kamu wajib”, maka “kamu bisa” (*Du Kannst*). Menurut Kant, tidak mungkin budi praktis mewajibkan melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan.

Kalau menuruti Imperatif Hipotetis, ada bahaya bahwa perintah itu ditaati hanya karena kepentingan diri sendiri belaka, sehingga tersirat di dalamnya suatu dorongan egoistis. Namun ketika mengikuti Imperatif Kategoris, disini kehendak dan hukum adalah satu. Inilah yang disebut Kant sebagai “budi praktis yang murni” (*Reine Praktische Vernunft*). Disini tidak diperlukan alasan atau syarat apapun bagi pelaksanaannya. Imperatif Kategoris inilah yang dipandang Kant sebagai azas kesucilaan yang transcendental. Keharusan yang transcendental dan amat kokoh ini mewujudkan inti segala persoalan etis. Artinya, dalam Imperatif Kategoris terjadilah bahwa orang harus bertindak demi untuk kewajiban semata-mata. Keharusan ini bersifat mutlak, tidak memperhatikan selera suka-tidak suka, menguntungkan atau tidak menguntungkan (Tjahjadi, 1991 : 50).

Moralitas memiliki tujuan untuk mencapai “kebaikan tertinggi” (*summum bonum*), dan kebaikan tertinggi tentunya juga berarti kebahagiaan sempurna. Namun di dunia kebajikan tertinggi itu sulit direalisasikan, karena prose menuju kesempurnaan dihalangi oleh adanya kejahatan. Kendati demikian tujuan itu wajib dikejar oleh perbuatan moral. Persoalannya apakah perbuatan moral manusia di

dunia ini sia-sia saja?, atau tujuan itu tidak mungkin dicapai di dunia?, padahal justru itu yang harus dikejar. Untuk menjawab persoalan ini, bahwa agar kebaikan moral manusia dengan kebahagiaan sempurna berhubungan, maka Kant merumuskan tiga postulat, yaitu : (Tjahjadi, 1991: 55)

1. Kebebasan Berkehendak (free will)
2. Immortalitas Jiwa
3. Eksistensi Tuhan

*Kehendak Bebas*, Mustahillah suatu kewajiban moral tanpa kebebasan berkehendak. Hukum moral adalah hukum di dalamnya kepribadian bertindak dalam otonomi dan demikian menentukan hukumnya sendiri. Justru berkat kebebasan kehendaklah kepribadian bisa berbuat demikian. Sebagaimana dalam aksioma etika Islam, sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk mengarahkan dan membimbing kehidupannya sebagai *khalifah* di bumi (Q.S. 2 : 30). Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Dan, tentu saja, seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. “hai orang-orang yang beriman! Penuhilah (semua) janji-janjimu... (Q.S. 5 : 1).

Perkataan '*Uqud* (contracts) merupakan konsep yang multidimensional, yang berarti : (a) kewajiban ilahi. (b) kewajiban sosial. (c) kewajiban politik. (d) kewajiban bisnis (Yusuf, 1997 : 15).

*Immortalitas Jiwa*, mengakibatkan bahwa manusia sebagai pelaku tindakan moral bisa mencapai *summum bonum* (kebaikan tertinggi) yang tidak mungkin dicapainya di dunia. Dan akhirnya, tuntutan mutlak tentang hidup moral yang baik akan tidak memuaskan dan tidak efektif, bila tidak ada ganjaran yang adil dan bijaksana bagi yang baik dan yang jahat. Nasib yang sama bagi orang baik dan orang jahat tentunya tidak sesuai dengan rasa keadilan kita. Disinilah perlunya ada tanggung jawab atas segala bentuk perbuatan (kehendak bebas) kita. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab (*responsibility, accountability*). Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia “.... Barangsiapa berbuat jahat, niscaya akan diberi balasan setimpal....(Q.S. 4 : 123-124).

Islam adalah agama keadilan. Seseorang tidak akan dituntut tanggung jawab atas tindakannya kalau : (a) belum dewasa. (b) dalam keadaan gila. (c) dalam keadaan sedang tidur atau tidak sadar (Yusuf, 1997 : 15). Dalam kaitannya dengan konsep tanggung jawab, Islam membedakan bobot nilai tanggung jawabnya antara *fardhu 'ayn* yaitu tanggung jawab individual yang tidak dapat dialihkan, serta *fardhu kifayah*, tanggung jawab kolektif yang dapat dipikul oleh beberapa orang saja. Tanggung jawab dalam Islam bersifat berlapis ganda dan memfokus pada tingkat *mikro* (individual) maupun tingkat *makro* (organisasional dan masyarakat). Seorang muslim harus memikul tanggung jawab terakhirnya atas apa yang diperbuatnya. Allah berfirman “Setiap diri (manusia) akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah diperbuatnya” (Q.S. 74 : 48). Tanggung jawab ini adalah untuk mengharap ganjaran yang sempurna bagi orang yang baik, dan sanksi bagi orang jahat.

*Eksistensi Tuhan*, disinilah akhir dari sebuah keyakinan terhadap adanya “dunia sana”, kebahagiaan duniawi yang tidak sempurna, yakni terpenuhinya segala kepuasan manusia di bidang empiris, bisa diciptakan oleh manusia di muka bumi ini. Namun, hanya Allah yang bisa menciptakan kebahagiaan sempurna (*summum bonum*) dan menyediakannya bagi manusia yang baik di alam sana.

Ketiga postulat ini – kebebasan berkehendak, immortalitas jiwa, dan adanya Allah – tidak bisa dibuktikan, tetapi hanya merupakan kepercayaan (*Glaube*) saja yang berdasarkan pada budi praktis. Sebab, menurut Kant, di dalam suatu tindakan moral disadari bahwa tindakan itu hanya mungkin kalau menerima ketiga postulat itu.

Implikasi dari pemahaman terhadap Imperatif Kategoris dan ketiga postulat Kant tersebut, sedikit banyak akan memberikan nuansa pada aktivitas bisnis yang dilandasi oleh Etika Islam. Pun begitu, manusia sebagai objek sekaligus subjek dari aktivitas bisnis akan mempersepsikan *Diri*-nya tentang Etika. *Diri* adalah elemen yang sangat penting dari pola dinamis seorang individu. *Diri* bukan sesuatu yang statis tetapi lebih merupakan sesuatu yang dinamis, secara konstan mengalami interaksi social yang rumit yang memproduksi karakteristik-karakteristik tertentu. Karena mengalami interaksi tersebut, *diri* menginternalisasi nilai-nilai social yang ada dalam masyarakat, yang mungkin menerima atau tidak menerima nilai-nilai tersebut (Triyuwono, 2000 : 295).

Jelasnya, nilai-nilai adalah titik pemberangkatan dari mana individu bertindak. Dengan sikap pemikiran ini, individu mengambil tindakan dengan didasarkan pada nilai yang dia pahami dan yakini. Tindakan yang direalisasikan adalah nyata dalam konsekuensinya dan mungkin menjadi realitas dalam bayangan nilai-nilai yang berbeda merefleksikan dan menciptakan realitas yang berbeda-beda pula. Nilai yang dimaksudkan tidak lebih dari etika; nilai adalah dasar dari baik dan buruk atau pertimbangan lurus atau licik bagi individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan, termasuk dalam aktivitas bisnis.

Seorang muslim dalam segala aktivitasnya (termasuk bisnis), mempunyai persepsi bahwa tujuan hidupnya adalah untuk mencapai *falāh* – *summum bonum* -, yaitu diperolehnya kenikmatan dari Tuhan. Criteria sukses bagi seorang muslim adalah ketaatan dan ketundukan pada syari’ah untuk mencapai *falāh* tersebut.

Dalam pandangan Islam, manusia bukan hanya wakil Tuhan (*khalifah fil ard*), tetapi juga sebagai pemegang *amanah* Tuhan. Al-Qur’an menegaskan bahwa manusia mengambil *amanah* yang sebelumnya telah ditawarkan kepada surga, bumi dan gunung, tetapi mereka menolaknya. Dalam semua kesadaran, *amanah*, adalah “kebebasan berkehendak” (*free will*). Menurut Ali (1989) bahwa *free will* hanya dimiliki oleh manusia. Surga dan semesta tidak mempunyai kehendak bebas sendiri, mereka tunduk pada Tuhan secara absolut (Triyuwono, 2000 : 299).

Tentu tingkat “kehendak bebas” itu tidak absolut. Karena kebebasan absolut itu hanya milik Allah saja. Kendati demikian, ketika individu telah mengaktualisasikan kehendak bebasnya untuk menjadi baik atau jahat, menyerupai Lumpur atau menyerupai Tuhan, dia harus bertanggung jawab sendiri atas pilihannya sendiri.

Bagi Al-Faruqi (1992), tanggung jawab adalah implikasi dari keimanan (*tauhid*, kepercayaan akan ke-Esa-an Allah) untuk masyarakat. Setiap individu memikul bebannya sendiri secara sadar yang juga berarti bahwa konsekuensinya

adalah menerima amanah yang telah dipercayakannya Tuhan pada setiap orang. Tanggung jawab, dimana nilainya tertanam dalam kesadaran yang paling dalam dari, dan dialami oleh, individu agaknya merupakan esensi moralitas (etika). Karena jika tidak ada tanggung jawab, maka tidak ada perbuatan yang mempunyai nilai moral, dan bagian *divine will* yang lebih besar dan lebih tinggi tidak akan terlaksana. Sedang misi masyarakat, ummat, adalah untuk mewujudkan kehendak Tuhan. Karena begitu pentingnya moralitas bagi masyarakat muslim, sehingga al-Faruqi menegaskan bahwa “tidak ada masyarakat yang dapat bertahan, atau *survive* dalam jangka panjang tanpa moralitas” (Triyuwono, 2000 : 300).

Didasarkan pada tanggung jawab dan moralitas, seorang muslim yang aktif dan berkehendak bebas melalui interaksi social dengan anggota ummat yang lain mengekspresikan nilai keimanan dan pengetahuan untuk pencapaian *falah* dengan merealisasikan kehendak Tuhan. Tindakan-tindakan, yang berangkat dari pengetahuan dan keimanan sejati, adalah akytualisasi nyata kehendak Tuhan seperti yang diekspresikan dalam ayat-ayat Al-Qur'an berikut ini :

Hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang mengajak pada kebaikan, menyuruh orang berbuat benar, dan melarang apa yang dilarang, mereka itulah orang-orang yang beruntung (Q.S. 3 : 104).

Kalian adalah umat terbaik dilahirkan untuk segenap manusia, menyuruh orang berbuat benar dan melarang yang mungkar, dan beriman pada Allah (Q.S. 3 : 110).

Ayat ini jelas mengatakan bahwa tindakan yang baik secara mendasar adalah kehendak Allah. Kendati demikian, tindakan itu bukan masalah tindakan baik semata, tetapi juga bahwa tindakan itu bisa dilakukan oleh setiap orang. Ini yang menunjukkan bahwa Islam adalah agama universal, non-doktrinal, non-rasial, dan non-sektarian, dan didasarkan pada etika Islam yang diekspresikan dalam frase “iman pada Allah”.

Dengan menggunakan kebebasan dan intelegensi, perilaku tindakan (yang didasarkan pada Etika Islam) mempunyai sebuah konsekuensi dan tujuan pasti bahwa para pelaku dan masyarakatnya akan memperoleh kemuliaan di dunia maupun di akherat. Kebebasan itu sendiri yang termanifestasikan dalam karakter individu sebagai agen aktif, adalah kehendak Tuhan, seperti ditegaskan dalam Al-Qur'an “tidak akan berubah nasib suatu kaum bila mereka tidak mengubahnya sendiri”(Q.S. 13 : 11).

Hal ini menunjukkan bahwa, *pertama*, individu diminta menjadi agen otonom dan aktif yang sekaligus terikat pada tanggung jawabnya dalam bentuk penerapan dan pelaksanaan kode-kode etik, katakanlah syari'ah. *Kedua*, perubahan hanya dapat dilakukan melalui pengetahuan. Ini berarti bahwa agen aktif mempunyai kesadaran penuh dalam pencarian hukum-hukum dasar Tuhan secara terus-menerus, dan didasarkan pada hal ini, dia harus “menerjemahkan” hukum-hukum itu ke dalam bentuk-bentuk praktis atau mengkonstruksi tatanan social yang didasarkan pada hukum dan kemudian secara sadar mentaati hukum-hukum Tuhan itu untuk menentukan hidupnya. *Ketiga*, perubahan-perubahan yang secara konstan difasilitasi guna mencapai kondisi yang lebih baik, yaitu, kondisi yang mampu



membawa dan mengantarkan masyarakat pada pencapaian *falah* (Triyuwono, 2000 : 301).

Pelaku bisnis, memiliki “*kebebasan kehendak*” untuk melakukan aktivitas bisnisnya, apakah mau melakukan jual beli, kredit, hutang piutang, mengambil untung lebih dari biasanya, dll. Namun, perlu diingat, bahwasanya, setiap aktivitas itu memiliki tujuan, dan pencapaian tujuan tersebut membutuhkan tanggung jawab. Tanggung jawab itu ada karena, *diri* yakin bahwa ada balasan di “dunia sana”, yaitu *immortalitas jiwa*. Kemauan bertanggung jawab itu, karena pada *diri* (manusia) memiliki keyakinan bahwa adanya pribadi yang maha adil, dan dari padanya datangnya sanksi bagi yang jahat dan ganjaran kebahagiaan yang sempurna bagi yang berbuat baik. Dan pribadi yang maha adil itu adalah Allah (*realitas absolut*).

Dengan demikian konsep Etika Bisnis Islam tidak bisa dilepaskan dari landasan-landasan yang telah diuraikan diatas. Tujuan akhir dari proses bisnis adalah tercapainya *falah*, tanpa harus mengorbankan pihak lain. Keyakinan akan adanya realitas absolut (Allah) menjadi pokok dari aktivitas bisnis, dasar *tauhid* inilah yang memberikan nuansa serta jiwa pada aktivitas bisnis.

## KESIMPULAN

Uraian panjang mengenai Etika Bisnis Islam dalam Pandangan Filsafat Ilmu dengan mengambil Pemikiran Etika Kant sebagai pisau analisisnya, membuahkan beberapa kesimpulan :

Secara **Ontology** (*theory of being*), Etika Bisnis Islam, berlandaskan pada : *Pertama*, keyakinan ke – *Esa* – an Tuhan (*Tauhid*). *Kedua*, kesatuan ciptaan (*the unity of creation*). *Ketiga*, kesatuan kebenaran dan kesatuan ilmu pengetahuan (*the unity of truth and the unity of knowledge*). *Keempat*, kesatuan hidup (*the unity of life*). *Kelima*, kesatuan umat manusia (*the unity of humanity*). Pemikiran pada tingkat ontology ini kemudian membentuk asumsi **Epistemology** (*theory of knowledge*), bahwasanya segala sesuatu di alam ini diciptakan oleh Allah dengan ukuran yang tepat. Adapun konsep-konsep dari Etika Bisnis Islam diperoleh dari adanya pemahaman yang benar terhadap firman-firman Tuhan (al-Qur’an dan as-Sunnah) serta persepsi *diri* tentang realitas obyektif maupun subyektif. Sedangkan implikasi dari asumsi ontology dan epistemology menimbulkan tujuan, perilaku atau **Aksiologi** , yaitu implementasi dari nilai-nilai yang telah digariskan dalam prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, dengan tujuan akhir tercapainya *falah* (kenikmatan dari Tuhan), atau dalam bahasa Kant tercapainya *summum bonum* “kenikmatan tertinggi”.

Konsep Etika Kant adalah Imperatif Kategoris, yang dalam perilaku agama, dinyatakan dalam tiga postulat, yaitu : (a) *Kebebasan Kehendak*, semua pelaku bisnis memiliki kebebasan berkehendak dalam melaksanakan aktivitasnya, kebebasan kehendak ini terkait dengan *amanah* yang dibebankan kepada manusia, akan tetapi bukan kebebasan Absolut, sebab kebebasan absolut hanya milik Allah. Dalam kebebasan kehendak ini, tentunya ada tujuan yang ingin dicapai yaitu “kebaikan tertinggi” (*summum bonum*). Untuk itu, perlu ada tanggung jawab terhadap segala apa yang telah dilakukannya. Baik dalam aktivitas bisnis maupun aktifitas yang lain, adanya tanggung jawab ini karena adanya keyakinan terhadap

*Immortalitas Jiwa*, keabadian jiwa, bahwasanya segala perbuatan kita didunia akan mendapat ganjaran di “dunia sana”. Dan pribadi yang mampu memenuhi segala ganjaran manusia di dunia adalah seorang pribadi yang maha adil, yaitu : Allah. Kepercayaan terhadap *Eksistensi Tuhan*, merupakan puncak dari proses hidup seorang manusia di dunia yang bisa membawa pada kebaikan moral.

Konsep Etika Kant dengan tiga postulatnya tersebut, sedikit banyak memberikan pengaruh pada pola perilaku bisnis muslim, yang tidak hanya mengharap tujuan duniawi, tapi juga menginginkan kebahagiaan yang sempurna dan hakiki, yaitu : Ridho Allah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amril. 2002. *Etika Islam : Telaah Pemikiran Filsafat Moral Raghīb Al-Isfahani*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Asnawi, M. Noor. 2003. Menggagas Bisnis Islam dalam Perekonomian Modern, *Jurnal el-Harakah*, edisi 59 tahun XXIII. Maret-Juni. p 67-75. STAIN. Malang.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius. Jogjakarta.
- Bagus, Lorens. 2002. *Kamus Filsafat*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Butt, Nasim. 1996. *Sains dan Masyarakat Islam*, Pustaka Hidayah. Surabaya.
- Chapra, M. Umer. 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Gema Insani Press. Jakarta.
- Capra, Fritjof. 1974. *Tao of Physics : Menyingkap Paralelisme Fisika Modern dan Mistisisme Timur (terj)*, Jalasutra. Yogyakarta.
- Effendi, Bachtiar. 1998. Pertumbuhan Etos Kewirausahaan dan Etika Bisnis di Kalangan Muslim, *Sinergi Kajian Bisnis & Manajemen*, Vol. 1, No. 1. p 1-18. UII. Yogyakarta.
- Ghulisyani, Mahdi. 1995. *Filsafat-Sains menurut Al-Qur'an*, Penerbit Mizan. Bandung.
- Ghofar, Abdul. 1999. *Analisis Implikasi Pemikiran dan Penelitian Akuntansi dari Paradigma Mainstream Barat dan Paradigma Islam dalam Kerangka Analisis Konsep Tao (Studi Kualitatif Komparatif Akuntansi Mainstream dan Akuntansi Alternatif dalam Pembentukan Akuntansi Humanis)*, Skripsi S-1 Unibraw. Malang.
- Harahap, Sofyan Syafri. 1997. *Akuntansi Islam*, Bumi Aksara. Jakarta.

- Kattsoff, Louis O. 1996. *Pengantar Filsafat* (terj), Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Mudhofir, Ali. 2001. *Kamus Filsuf Barat*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Mannan, M. Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (terj), Dana Bhakti Wakaf. Yogyakarta.
- Mustansyir, Rizal.; Munir, Misnal. 2003. *Filsafat Ilmu*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Muhammad. 2000. *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, UII Press. Yogyakarta.
- Magnis-Suseno, Franz. 1986. *Etika Dasar : Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Misanam, Munrokhim., Slamet. 2000. Implikasi Implementasi Etika Bisnis pada Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di Jawa Tengah, *Sinergi Kajian Bisnis & Manajemen*, Vol. 3, No. 1. p 7-19. UII. Yogyakarta.
- Minhaji, Akhmad. 2000. Perubahan Pemikiran Islam Mengenai Etika Islam dan Tanggungjawab Sosial Bisnis, *Sinergi Kajian Bisnis & Manajemen*, Vol. 3, No. 1. p 21-35. UII. Yogyakarta.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press. Jakarta.
- Suriasumantri, Jujun S. 1999. *Filsafat Ilmu : Sebuah Pengantar Populer*, Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Sobirin, Ahmad. 1998. Internalisasi Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ke dalam Corporate Behavior, *Sinergi Kajian Bisnis & Manajemen*, Vol. 1, No. 1. p 19-34. UII. Yogyakarta.
- Shihab, Muhammad Quraish. 1997. Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an, *Ulumul Qur'an*, No. 3 VII. p 4-9.
- Triuwono, Iwan. 2000. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*, Lkis. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 1997. Diri Muthmainnah dan "Disiplin Sakral", *Ulumul Qur'an*, No. 3 VII. p 24-35.
- Titus, Harold H. et.all. 1984. *Persoalan-persoalan Filsafat* (terj), Bulan Bintang. Jakarta.
- Tjahjadi, S.P. Lili. 1991. *Hukum Moral : Ajaran Immanuel Kant tentang Etika dan Imperatif Kategoris*, Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Yusuf, Choirul Fuad. 1997. Etika Bisnis Islam : Sebuah Perspektif Lingkungan Global, *Ulumul Qur'an*, No. 3 VII. p 10-23..